

## **9. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Д.І. Кірпічонок**

*Національний університет харчових технологій*

Актуальність даного питання, а саме інвестиційної привабливості, є дуже важливим як для України, так і для окремих галузей та підприємств, адже залучення інвестицій є запорукою розвитку підприємства. Постає завдання у забезпеченні інвестиційної привабливості по рівнях. На мікрорівні – це має бути привабливість підприємства, а на макрорівні вже привабливість всієї країни в цілому. Це можливо забезпечити за допомогою ефективної політики держави та через досконалу інвестиційну діяльність українських компаній [3].

Питання інвестиційної привабливості потребують значної уваги, їх вивченню присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених.

Під інвестиційною привабливістю слід розуміти сукупність економічних, соціальних, політичних, екологічних, мікро- та макроекономічних умов функціонування національної економіки, що забезпечують стабільність інвестиційної діяльності зарубіжних та вітчизняних інвесторів. Інвестиційна привабливість країни забезпечується за допомогою залучення та ефективного використання інвестиційних ресурсів, що включають в себе характер галузевого, регіонального та макроекономічного становища, ефективність бізнесу, стан ринкової інфраструктури та інше.

Залучення та ефективне використання інвестиційних ресурсів характеризують інвестиційну привабливість підприємства, що включає сукупність існуючих ресурсних, управлінських, організаційних, економічних та ринкових можливостей підприємства.

Підходи, за допомогою яких формується інвестиційна привабливість підприємства, включають такі аспекти: пасивний – показує побічний результат діяльності підприємства з приводу виконання завдань для ефективного розвитку; активний – забезпечується за допомогою стратегічних та оперативних дій щодо залучення інвестицій. Важелі формування інвестиційної привабливості можуть залежати від особливостей підприємства, об'єкта та суб'єкта інвестування, типу інвесторів та джерел інвестування [1; 2].

На кожній стадії життєвого циклу підприємству необхідно використовувати різні обсяги та інтенсивність споживання ресурсів, мати різний рівень співвідношення доходності та ризику інвестування. Так, на першому етапі життєвого циклу підприємству необхідно здійснити оптимізацію внутрішніх процесів за допомогою залучення зовнішніх ресурсів та приватних інвесторів. На етапі розширення бізнесу або зростання інвесторами можуть бути капіталісти, що вкладатимуть кошти третіх осіб у ризиковий бізнес, та учасники ринку цінних паперів, які купують облігації або акції. Наступний етап – це етап зрілості та уповільнення, на якому мають значення високі управлінські якості менеджера, що сприяють підвищенню вартості компанії за рахунок додаткових грошових потоків як головного джерела фінансування. Етап спаду характеризується акумуляцією коштів через оптимізацію внутрішніх бізнес-процесів для скорочення потреб у капіталі або можливість відкриття нового напрямку діяльності.

Підприємство на будь-якому етапі життєвого циклу може спробувати отримати кошти в банку, за допомогою додаткового випуску акцій та через залучення страховиків чи пенсійних фондів до управління компанією.

Поява різних компаній, об'єктів інвестування, обумовлена розвитком ринку капіталів. В нинішній час простежується тенденція зміни основних типів таких компаній та відповідних до цього інвестиційних інструментів: на ринку з'являється все більше приватних партнерств, що надають перевагу приватним інвесторам та здійснюють прямі реальні інвестиції.

Можна зробити висновки, що інвестиційна привабливість підприємства залежить від багатьох факторів, а саме: стадії життєвого циклу та типу компанії, яка залучає кошти, типу інвестора та джерел інвестування. Це дає змогу побудувати необхідний механізм управління інвестиційною привабливістю компанії та розробити ефективну та гнучку систему управління інвестиційним процесом підприємства.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посібник. / А.П. Дука. – 2-е вид. – К.: Каравела, 2008. – 432 с.
2. Овдій Л.І. Оцінка привабливості підприємств за допомогою статистичних моделей / Л.І. Овдій, Я.А. Некрасова // Економічні науки. – 2009. – №4, Т. 2. – С. 184-188.
3. Степаненко С.В. Інвестиційна привабливість регіонів та інноваційна політика в контексті сталого економічного зростання [Електронний ресурс] / С.В. Степаненко. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/2/10.pdf>.